

# 핀테크 기반의 간편결제 서비스 지속적 사용의도에 대한 요인 연구\*

우가인\*\* · 조재형\*\*\*

## 〈목 차〉

I. 서론	3.3 변수의 조작적 정의 및 측정항목
II. 이론적 고찰	IV. 연구분석 및 결과
2.1 핀테크	4.1 표본의 특성
2.2 간편결제 서비스	4.2 신뢰도 및 타당성 분석
2.3 핀테크 기반의 간편결제 서비스 사용 의도에 대한 외부요인	4.3 연구가설의 검증
2.4 핀테크 기반의 간편결제 서비스 사용 의도에 대한 내부요인	4.4 연구가설 검증결과 요약
2.5 지속적 사용의도	V. 결론
III. 연구모형과 가설	5.1 연구결과의 요약 및 시사점
3.1 연구모형	5.2 연구의 한계 및 향후 연구방향
3.2 연구가설	참고 문헌
	<Abstract>

## I. 서론

핀테크(Fintech)는 금융(Finance)과 기술(Technology)의 합성어로 전자상거래에서 IT와 금융이 결합되어 지급결제, 이체, 개인금융 자산관리, 클라우드 펀딩, 데이터분석 등 다양한 기술이 도입된 네트워크 플랫폼을 뜻한다(김명아, 2015). 2008년~2015년까지 지난 5년

간 전세계 핀테크 투자규모는 3배 이상 성장하였다(정현준, 2015). 핀테크 시장은 세계금융의 중심지인 영국과 유럽, 미국 그리고 최근 ICT 분야에서 급성장하고 있는 중국 등을 중심으로 확대되고 있는 실정이다(오현환, 2016). 최근 증천우(2015)의 연구에서는 한국의 대표적인 핀테크인 카카오페이와 중국에서 시장 점유율이 가장 높은 알리페이(Alipay)의 기능을 분석

\* 이 논문은 2017년도 부산외국어대학교 학술연구조성비에 의해 연구되었음

\*\* 부산외국어대학교 글로벌경영학과, atm12321@naver.com(주저자)

\*\*\* 부산외국어대학교 경영학부 부교수, chojh@bufs.ac.kr(교신저자)

하여 공통점과 차이점을 제시하고 핀테크 기술의 성공요인을 분석하였다. 또한 남경두 외(2012)의 연구에서는 인터넷 금융의 성공기업인 알리바바 사례를 중점적으로 다루었다.

국내 금융시장의 경우, 간편 결제 분야의 집중 현상이 보이고 있으며, 송금, 자산관리, 빅데이터, 보안 등은 이제 시작단계이나 2015년 대기업의 금융서비스 시작, 인터넷 은행 서비스 개시 등 국내 핀테크 산업의 본격 경쟁이 이루어지고 있다(정현준, 2015). 실제로 한국은행의 지급결제 조사자료에 따르면, 2015년 전체 거래 금액 중 현금 비중은 29.0%로 감소하였지만 카드에 의한 지급결제 비중은 2006년 이후 지속적으로 증가하여 2015년에는 40.7%를 차지하였다(이수연, 2016).

이제 국내 시장에서도 내국인뿐 아니라 외국인을 위한 편리한 결제환경 제공은 선택이 아닌 필수로 인식되고 있다. 특히 외국인들의 소비를 국내에서 지속적으로 유발하기 위해서는 이러한 핀테크 기술의 확장성은 매우 중요하다. 그러므로 본 연구는 최근 중국 핀테크 시장이 확대되고 한국 내 중국인의 유입이 증대되는 시점에서 한국 내 중국인을 대상으로 핀테크의 대표적 서비스인 간편결제에 대한 지속적 사용의도를 파악하고자 한다. 현재 국내 은행은 알리페이와의 제휴를 통해 중국 소비자를 대상으로 지불결제와 부가세 환급 등의 서비스 제공을 활발히 하고 있는 실정이며, 향후 중국 소비자를 위한 국내 결제 수단으로 알리페이의 활용은 더욱 증가할 것으로 예상된다.

국내 금융시장에서는 각종 금융규제와 신용카드의 발달로 인해 핀테크 기업들의 시장진출이 원활히 이루어지지 못하고 있다는 지적이

많았다. 최근 IBK 투자증권(2015)의 자료에 의하면, 중국 핀테크 시장이 한국 보다 앞선 원인으로 규제원칙, 보안인증, 인지도, 금산분리, 제휴라는 5가지 측면으로 제시하기도 하였다.

이에 본 연구에서는 한국에서 거주하는 중국인을 대상으로 알리페이 간편결제에 대한 사용 경험을 탐구하고, 이를 통해 국내 핀테크 시장의 발전을 위한 기초자료로서 활용하고자 한다. 본 연구는 Davis(1989)의 기술수용모델과 Bhattacharjee(2001)의 IS 지속이용모델을 이용하여 간편결제 서비스의 지속적 사용을 설명하였다. 이를 위해 간편결제의 외부요인들과 내부요인들을 기존 선행연구들에 대한 고찰을 통해 이론적으로 도출하고, 사용자 관점에서 이러한 간편결제의 내외부요인들이 사용자들의 지속적인 사용의도에 미치는 영향을 실증적으로 규명하고자 한다.

## II. 이론적 고찰

### 2.1 핀테크

지금까지 핀테크에 대한 두 가지 관점이 존재한다. 하나는 기존 금융을 중심으로 'IT가 금융산업을 돕는다'는 해석으로 주로 기존 금융권의 관점이며, 두 번째는 IT 기술이 금융산업을 뿌리부터 뒤흔든다는 것으로 'IT를 기반으로 금융산업을 혁신한다'는 관점이다(손수정, 2016). 기술을 핵심요소로 두는 금융서비스 혁신 측면에서 핀테크와 기존의 인터넷뱅킹, 모바일 뱅킹 등과 유사하지만, 핀테크 분야의 기술은 모바일, 소셜 미디어, 클라우드, 빅데이터를 비

롯하여 사물인터넷(IoT), 가상현실(virtual reality) 등 다양한 기술을 포괄한다(김은정, 2017).

2014년 한 해 동안 핀테크 분야에 투자된 금액 규모는 34억 달러(3조 7천억 원)이다. 핀테크에 대한 투자 증가율이 다른 분야에 비하여 4배 이상 높으며 이런 추세는 계속 이어져 2018년에는 60억 달러(6조 5천억 원)에 이를 것으로 전망된다(액션츄어, 2014).

전 세계 핀테크 시장규모는 2011년에 124조원에서 2015년에는 500조원, 2017년에는 845조원 수준으로 성장할 것으로 전망되며 핀테크 투자 시장은 2016년부터 2020년까지 연평균 54.83%의 성장을 기록할 것으로 전망되었다. 미국의 지급결제 서비스 시장은 매년 40%의 거래 성장률을 기록하고 있으며, 영국은 유럽 최대의 핀테크 클러스터인 '테크 시티(Tech City)'를 기반으로 핀테크 사업을 추진하여 2015년 기준 약 200억 파운드(약 29조원)의 시장규모를 창출하였다.

현재 IT와 금융의 융합은 크게 4가지 영역으로 나누어진다. 지급 결제, 금융데이터 분석, 금융 소프트웨어 그리고 플랫폼이다. 그 중 지급 결제는 일반 금융소비자가 가장 친숙하게 여기는 분야로 일반적으로 모바일 결제라고 불리는 서비스 분야이다. 한국은행의 2016년 4분기 핀테크 서비스 이용 금액은 2016년 1분기 135억 원에 비해 약 3배 늘어난 401억 원에 이르고 있다. 본 연구범위는 핀테크 분야에서 지급 결제로 한정하였다.

## 2.2 간편결제 서비스

간편결제 서비스란 핀테크의 대표적인 서비

스로 일반적으로 휴대폰, 태블릿 PC와 같은 무선단말기를 이용해 결제를 하는 행위이다(이수연, 2016). 구체적으로는 자신의 카드정보를 한번만 입력해 놓으면 이후 결제 시에는 카드정보 입력이나 공인인증서 없이도 아이디와 비밀번호 또는 휴대폰번호와 SMS 등을 이용한 간단한 인증만으로도 결제가 이루어지도록 하는 서비스이다(정보통신정책연구원, 2014). 중국의 대표적인 모바일 결제 서비스인 알리페이는 하루 결제액이 무려 1조원이 넘어 중국인 하루 소비액의 약 17%를 차지하고 있으며, 전 세계 시장 진출 및 확대를 준비하고 있다(홍장원, 2015).

최근 스마트폰 보급이 확대되면서 서버형 결제서비스의 활용 범위 및 형태가 다양해지고 있으며, 특히 기존에 서버형 결제서비스가 이용되지 않던 국내에서 많은 주목을 받고 있다(김동우, 2016).

카드정보 등을 단말기에 저장하고 간편성과 터치를 통한 결제의 간편성을 근거로 많은 서비스가 이루어지고 있다. 국내의 경우 카카오페이, 네이버페이, 삼성페이를 중심으로 간편 결제 서비스가 진행되고 있으며, 앞서 언급된 곳들을 제외하더라도 유통, 이동통신, 결제대행업체 등에서도 다양한 간편 결제 서비스를 제공하고 있다.

알리바바는 중국 전자상거래 시장의 90%를 차지하고 있으며 자사의 상품을 판매할 때 소비자들이 간편 결제 시스템을 이용하게 함으로써 시장 점유율을 넓히고 접근성을 높이겠다는 전략으로 알리페이를 출시하였다(IRS Global, 2015). 중국은 2003년부터 2011년까지 온라인 거래액이 매년 120%씩 증가하고 특히 알리바바가 운영하는 알리페이가 성장을 주도하였다.

<표 1> 간편결제 서비스의 외부요인에 대한 선행연구

연구자	측정요인
Jarvenpaa (1999)	반응성, 보증성, 공감성, 신뢰성
Durlacher Research(1999)	편리성, 접근가능성, 보안위협성, 편재성, 위치기반성, 즉시접속성, 개인화
Liu and Arnett (2000)	반응성, 편리성, 신뢰성
노영과 이경근 (2005)	반응시간, 편리성, 용이성, 신뢰, 고객지원서비스, 정보품질
최훈과 최은영 (2006)	사용편의성, 접속성, 항해성, 시스템 신뢰성, 시스템 상호 작용성
Merikivi (2009)	반응성, 편리성, 보안성, 신뢰성
전수용과 하규수 (2010)	경제성, 반응시간, 신뢰성, 안전성, 편의성, 저항성
정보통신정책연구원 (2014)	보안성, 활성화

### 2.3 핀테크 기반의 간편결제 서비스 사용 의도에 대한 외부요인

핀테크 기반의 간편결제 서비스 사용의도에 대한 외부요인은 ‘사용자의 지속적인 사용을 위한 정보시스템의 개선 상황을 도출하고, 나아가 이를 개선시켜 나가는데 중요한 요인’으로 정의할 수 있다. 본 연구에서 제시된 외부요인은 Davis(1989)의 기술수용모델이후 관련 연구를 기반으로 보안성(Security), 편리성(Convenience), 경제성(Economics), 반응성(Responsiveness)의 시스템품질에 대한 세부요인을 본 연구의 외부요인으로 선정하였다.

모바일 인터넷 서비스 특성을 1차적 특성과 2차적 특성으로 구분하였다. 1차적 특성으로는 보안성, 편리성, 편재성, 접근가능성, 그리고 2차적인 특성으로는 위치기반성, 즉시접속성, 개인화를 제시하였다(Durlacher Research, 1999). 최훈 외(2006)는 모바일 결제 사용 촉진을 위한 특성으로 사용편의성, 접속성, 시스템 상호 작용성을 주요 특성으로 제시하였다. 또한 모바일 결제시장의 지속적인 서비스의 활성화와 시장 성장을 위해서는 보안이 가장 중요한 요소임을 제시하였다(정보통신정책연구원, 2014).

결제 서비스를 더 쉽고 편리하게 이용하려는 사용자들의 요구를 충족시키기 위해 이용 편리성을 높이게 되면 보안은 상대적으로 약화될 가능성이 높으나, 안전성이 우선시되는 금융 서비스에서 보안이 취약해 지면 서비스 자체가 보급되기 어려워 이용 편리성과 보안성 간의 미세한 균형을 맞춰야 서비스 활성화에 성공할 수 있다(Merikivi, 2009). 전수용와 하규수(2010)는 모바일 결제를 통하여 비용 결제 및 부가서비스 이용에서 얻는 물질적 혜택과 시간적, 정신적 이점의 중요성을 제시하였다. 노영 외(2005)의 연구에서는 모바일 뱅킹 서비스의 혜택으로 경제성을 정의하며 반응시간이 고객 만족에 영향을 미친다는 결론을 도출하였다.

### 2.4 핀테크 기반의 간편결제 서비스 사용 의도에 대한 내부요인

새로운 서비스가 출현할 때 마다 많은 연구자들은 서비스가 가진 기술적, 경영적 특성을 중심으로 새로운 요인을 분석하였다. 본 연구에서 핀테크 기반의 간편결제 서비스 사용의도에 대한 내부요인은 Bhattacharjee (2001)의 IS 지속이용모델 이후 많은 연구에서 ‘인지된 요인

<표 2> 간편결제 서비스의 내부요인에 대한 선행연구

연구자	측정요인
김정열(1997)	인지된 유용성, 서비스 품질
유일 외(2003)	인지된 위험성, 서비스 품질
Wu and Wang (2005)	적합성, 지각된 위험, 비용, 유용성, 지각된 용이성
노미진 외(2005)	지각된 용이성, 지각된 유용성
정경수와 이원빈(2008)	적합성, 지각된 용이성
Schierz et al.(2010)	지각된 적합성, 지각된 보안성, 지각된 용이성, 이동성
Lee et al. (2012)	지각된 유용성, 지각된 용이성, 업무적합도, 금전적 가치, 연결성, 개인혁신성, 서비스 흡수능력
오재섭(2012)	사용용이성, 범용성
Noh, T. H(2009)	지각된 용이성, 지각된 유용성
Junghwa and Ho (2016)	지각된 유용성, 보안성

은 고객의 주관적 평가에 의해서 측정되고 있고 다차원적인 측면에서 연구된 '요인'으로 정의하고 있다. 본 연구에서 살펴보고자 하는 간편결제 서비스 역시 이를 이용하는 사용자들이 가지는 인지된 용이성(Perceived Ease Of Use), 인지된 위험성(Perceived Risk), 인지된 유용성(Perceived Usefulness), 인지된 적합성(Perceived Compatibility)은 인지적 사용의도에 영향을 미칠 것이라고 기대할 수 있다. 그러므로 내부요인으로서 개인의 인지된 용이성, 인지된 위험성, 인지된 유용성과 인지된 적합성은 간편결제 서비스 수용과정에서 반드시 고려되어야 하는 중요 변수라고 할 수 있다.

모바일 결제 서비스와 관련된 선행연구를 보면 Noh, T. H(2009)의 모바일 결제 서비스 이용의도와 관련된 연구에서 인지된 용이성이 인지된 유용성에 유의미한 영향을 미치는 것을 검증하였다. 양승호(2015)의 연구에서는 인지된 유용성이 개인의 행동의도에 긍정적인 영향을 주는 요인으로 매우 설명력이 높은 변수로 확인하였다. 따라서 본 연구에서 살펴보고자 하는 결제서비스 역시 이를 이용하는 사용자들이

가지는 인지된 용이성과 인지된 유용성에 영향을 미칠 것이라고 기대할 수 있다.

인지된 위험이란 객관적 위험과는 구별되는 것으로 소비자의 선택상황에서 주관적으로 인지하게 되는 위험으로서, 소비자의 선택에 대한 결과를 예측할 수 없을 때 소비자가 느끼는 불확실성을 의미한다. Wu, and Wang(2005)의 연구에 따르면 소비자가 인지하는 위험은 재무적, 성능적, 신체적, 심리적, 사회적, 시간적 위험의 여섯 가지 유형으로 구분할 수 있으며, 이러한 인지된 위험의 유형이 일반적으로 인지된 위험의 40~70% 이상을 설명할 수 있다고 하였다. 특히 최근에는 모바일 뱅킹, 모바일 상거래의 수용의도에 관련된 연구가 집중적으로 이루어지고 있다. 유일과 최혁라(2003))은 이용자들의 인터넷 뱅킹 지지에 영향을 미치는 요인들을 분석하였으며 지각된 위험 요인들 중의 하나인 심리적 위험이 중요함을 증명하였다.

Schierz et al. (2010)의 연구에서는 적합성을 이용자의 요구, 생활패턴과 신규서비스의 수용가능성이 모바일 서비스의 전환의도에 영향을 주는 변인으로 정의하였다. 즉 인지된 적합성은

<표 3> 간편결제 서비스의 지속적 사용의도에 대한 선행연구

연구자	요약
Bhattacharjee (2001)	정보시스템에 대한 기대일치가 지각된 유용성과 만족을 매개로 삼고 지속적인 정보시스템의 지속적 이용의도에 영향을 미치는지 여부를 분석함
Kim et al. (2010)	모바일 지불 시스템 이용의도에 영향을 미치는 변인으로 개인의 혁신성, 모바일의 이동성, 편리성, 접속성이 있음을 밝힘
오혜영 (2015)	기술수용모형을 적용하여 간편결제의 상대적 이점과 지각된 위험이 사용의도에 미치는 영향에 대해 소비자성향을 조절효과로 실증분석 함

혁신적인 서비스인 간편결제 서비스가 사용자가 가진 인식을 변경할 때에는 사용자가 인식하고 있는 기존의 서비스를 이용하는 것과 비교했을 때 사용자의 필요성 및 라이프스타일과 부합해야 한다고 제시하였다.

## 2.5 지속적 사용의도

지속적 사용의도는 ‘만족도가 높은 수용된 정보시스템 기술을 정착시켜 지속적으로 사용하려는 의도’로 정의할 수 있다(정진화, 2016). 제품이나 서비스 초기 수용 자체가 재사용 및 지속적인 사용을 보장해 주는 것이 아니기 때문에 간편결제 서비스의 사용 후 단계(Post-adoption Stage)에서 지속적 사용의도에 대한 연구가 매우 중요하다고 할 수 있다.

## Ⅲ. 연구 모형과 가설

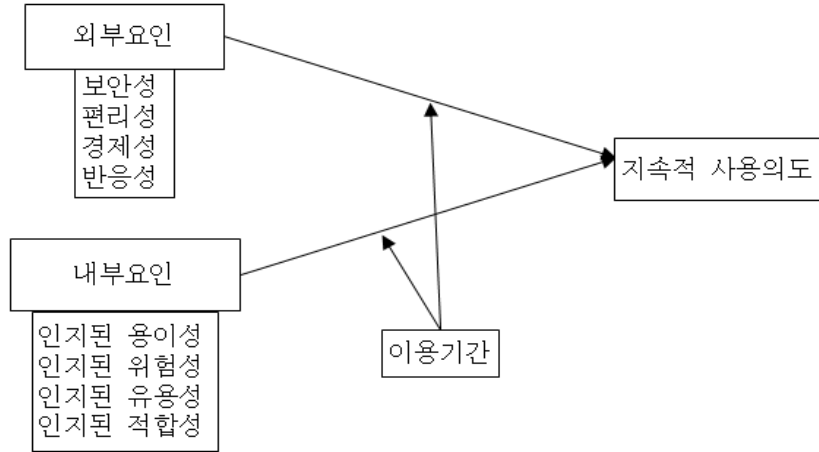
### 3.1 연구 모형

연구모형은 Davis(1989)의 기술수용모형(TAM)과 Bhattacharjee(2001)의 IS 지속이용모형을 적용하여 간편결제 서비스라는 새로운

정보기술 수용에 영향을 미치는 중요 내외부요인 및 지속적 사용의도에 미치는 영향을 실증적으로 검증하고자 한다. 본 연구모형의 기본이 되는 모델들은 발표된 이후 선행연구를 바탕으로 많은 변화와 수정을 거쳤으며 현재 다양하게 확장된 모형들이 존재한다. 본 연구는 이론적 배경을 기반으로 기존 연구에서 실증적으로 분석한 연구변수를 도출하여 <그림 1>과 같은 연구모형을 구성하였다.

본 연구에서는 알리페이(Alipay) 간편결제 서비스를 사용한 경험이 있으며 한국에서 거주하고 있는 중국인을 대상으로 본 서비스의 수용과정을 탐구함으로써 한국을 방문하는 중국 소비자들이나 국내 핀테크 기업의 해외시장 진출 시에 결제서비스에 대한 사용의도 및 지속적 사용 요인을 제공하는데 목적이 있다.

본 연구의 목적에 맞는 모형에 근거하여 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다. <그림 1>에 제시된 모형은 간편결제 서비스의 특성요인인 외부요인(보안성, 편리성, 경제성, 반응성)과 내부요인(인지된 용이성, 인지된 위험성, 인지된 유용성, 인지된 적합성)을 독립변수로 설정하였으며 종속변수로는 지속적 사용의도를 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

### 3.2 연구가설

#### 1) 외부요인 가설

본 연구에서는 간편결제 서비스에 있어 외부요인을 고려할 필요성과 함께 해당 서비스의 특수한 결제환경을 고려하여 지속적 사용의도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 본 연구에서는 보안성(Security), 편리성(Convenience), 경제성(Economics), 반응성(Responsiveness)인 4개의 세부요인을 가장 대표적인 간편결제 서비스의 외부요인으로 간주하고 이를 독립변수로 적용하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1: 간편결제 서비스의 외부요인은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 보안성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 편리성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3. 경제성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-4. 반응성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

이러한 4가지의 외부요인을 도출하기 위해서 관련 선행연구들을 분석하였다. 우선 최훈과 최은영(2006)은 모바일 인터넷 서비스 시스템의 편리성, 접속성, 신뢰성, 시스템 상호작용성으로 구성하여 시스템 품질을 검증하였다. Merikivi, J. and Mantymaki, M(2009)는 반응속도, 편리성, 신뢰성 등의 항목을 사용하여 정보시스템을 측정하였다. 결제서비스를 더 쉽고 편리하게 이용하려는 사용자들의 요구를 충족시키기 위해 이용편리성을 높이면 보안은 상대적으로 약화될 가능성이 높으나, 안전성이 우선시되는 금융 서비스에서 보안이 취약해지면 서비스 자체가 보급되기 어려워, 이용편리성과 보안성 간의 미세한 균형을 맞춰야 서비스 활성화에 성공할 수 있다(김태현, 2010). 오재

섭(2012)는 모바일 결제 사용촉진을 위한 특성으로 사용용이성, 범용성, 보안성을 주요 특성으로 제시했다. 임단화(2014)은 스마트 가상화 플랫폼 모바일 결제 서비스를 제안하는 연구에서 서비스 평가를 위해 경제성, 범용성, 보안성, 편리성, 응용성, 효율성을 평가요인으로 도출하였다. 왕정(2015)의 연구에서는 모바일 banking 서비스의 채택으로 경제성을 정의하여 지각된 신뢰형성에 중요한 요인임을 증명하였다.

## 2) 내부요인 가설

이미 많은 선행 연구를 통해 인지된 용이성이 인지된 유용성과 정보시스템의 사용의도에 직간접적 영향을 미친다는 점이 제시되었다(Davis, 1989). 정보시스템에 대한 사용자의 사용의도는 사용자가 시스템에 대해 인지한 유용성에 근거한다(Davis, Bagozzi, and Warshaw, 1989). 모바일을 통한 결제시스템에 사용자의 수용의도가 시스템의 유용성에서부터 영향을 받는 것이 밝혀졌다(Ondrus J, Lyytinen K and Pigneur Y, 2009). 기존 연구에서는 의사 결정 과정에서의 지각하는 위협에 대해 ‘예측할 수 없는 상황으로 인한 불확실성’으로 정의하며 불확실성을 강조하였지만, 대체로 ‘손실발생의 가능성’의 관점에서 연구가 진행되었다(이형탁, 2012). Schierz et al.(2010)은 모바일 결제 서비스에 대한 연구에서 독립변수로 지각된 적합성, 지각된 보안성, 지각된 용이성, 이동성, 주관적 규범을 사용하였고 지각된 유용성, 사용태도를 매개로 하여 이용의도에 유의한 영향을 미치는지를 연구하였다. Lee et al.(2012)은 모바일 금융서비스에 대한 이용의도에 영향을 미치는 요인들에 관한 연구에서 일반적인 기술에 대한

인식요인(지각된 유용성, 지각된 용이성)을 매개변수로 업무적합도, 금전적 가치, 연결성, 개인 혁신성, 서비스 흡수능력이 이용의도에 어떤 영향을 미치는지를 연구하였다.

본 연구에서는 이러한 선행연구를 바탕으로 내부요인으로 인지된 용이성(Perceived Ease Of Use), 인지된 위험성(Perceived Risk), 인지된 유용성(Perceived Usefulness), 그리고 인지된 적합성(Perceived Compatibility)을 선정하였다. 이를 독립변수로 적용하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2: 간편결제 서비스의 내부요인은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 인지된 용이성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 인지된 위험성은 지속적 사용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H2-3. 인지된 유용성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-4. 인지된 적합성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 3) 간편결제 이용기간에 따른 지속적 사용의도 가설

간편결제 서비스를 장기적으로 이용한 사용자들은 알리페이(Alipay)의 이용방법, 이득 등에 대한 인식이 높은 반면 간편결제 서비스 이용이 짧은 중국인은 아직 본 서비스에 대한 인식이 상대적으로 부족할 수 있다. 따라서 간편결제 서비스 이용기간에 따라 내부 및 외부요인이 지속적 사용의도에 미치는 영향에는 차이가 존재하는지를 분석할 필요가 있다. 이를 위



해서 가설은 다음과 같이 설정하였다. 미칠 것이다.

H3-1. 간편결제 이용기간에 따라 보안성

H3: 간편결제 서비스의 이용기간에 따라 내 은 지속적 사용의도에 정(+)<sup>은</sup>의 영향을 미칠 것  
외부요인은 지속적 사용의도에 정(+)<sup>은</sup>의 영향을 이다.

<표 4> 간편결제 사용요인에 대한 측정항목

요인	측정도구	인용문헌
보안성	간편결제 서비스의 접속 및 거래 시 보안이 믿을 만하다.	임형채(2002) Noh, T. H(2009) 정보통신정책연구원 (2014)
	간편결제 서비스 이용 시 입력된 비밀번호 등 정보를 보장할 수 있다.	
	간편결제 서비스는 해킹과 같은 외부위험으로부터 안전하게 보호할 수 있다.	
	계좌안전유지보험은 다른 사용자에 의한 도용 혹은 핸드폰 분실 시 발생할 문제들을 해결할 수 있다.	
편리성	간편결제 서비스를 이용하는 방법이 쉽다.	Durlacher Research(1999) 이용규(2007) Merikivi(2009)
	간편결제 서비스를 이용하는 과정이 간단하다.	
	간편결제 서비스는 이용시간에 제한받지 않는다.	
	결제서비스는 이용장소에 제한받지 않는다.	
경제성	간편결제 서비스의 이용은 거래수수료를 절감해 준다. (예: 해외결제 수수료)	Durlacher Research(1999) Kim et al.(2010) 전수용 외 (2010)
	간편결제 서비스의 이용비용은 저렴하다. (예: 신용카드 연회비)	
	간편결제 서비스는 할인 등 다양한 부가 서비스의 혜택을 누릴 수 있어서 경제적이다.	
반응성	간편결제 서비스는 처리속도가 빠르다.	문형남(2001) 노영 외(2005)
	간편결제 서비스의 거래취소는 신속하고 간편하다.	
	간편결제 서비스는 끊임 없이 안정적으로 제공된다.	
인지된 용이성	결제서비스의 사용방법은 전반적으로 쉽고 간단하다.	Schierz et al.(2010) 최수정(2013)
	결제서비스의 사용방법을 빠르게 배울 수 있다.	
	결제서비스에서 원하는 정보를 쉽게 찾고 공유할 수 있다.	
인지된 유용성	결제서비스의 사용방법을 다른 사람에게 쉽게 설명 할 수 있다.	Schierz et al.(2010) 정지희(2015)
	결제서비스는 일상생활에서 유용하게 쓰인다.	
	결제서비스는 일상생활에 편의를 제공한다.	
인지된 위험성	결제서비스를 통해 원하는 정보를 빠르게 획득할 수 있다.	Jarvenpaa and tractinsky(1999) 하리다(2015) 오혜영(2015)
	결제서비스는 다른 결제수단(현금, 신용카드 등)을 이용하는 것보다 더 유용하다.	
	결제서비스를 이용하면 금융거래 오류가 발생할 수 있다.	
	결제서비스를 이용하면 내가 원치 않는 방향으로 거래가 이루어질 수 있다.	
인지된 적합성	일반적으로, 모바일 결제서비스를 사용하는 것은 위험할 수 있을 것이다.	Wu and Wang (2005) Schierz et al.(2010) 주현동(2016)
	간편결제 서비스를 이용하면 나의 개인정보가 손실되거나 노출될 것이다.	
	간편결제 서비스는 나의 일상생활에 적합한 서비스일 것이다.	
	간편결제 서비스는 내가 일반적으로 결제하는 스타일과 잘 맞을 것이다.	
	간편결제 서비스는 구매, 결제 등과 같은 일을 처리하는데 적합한 방법이라고 생각한다.	
	간편결제 서비스는 기존에 경험했던 결제 서비스와 유사할 것이다.	

H3-2. 간편결제 이용기간에 따라 편리성은 지속적 사용의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H3-3. 간편결제 이용기간에 따라 경제성은 지속적 사용의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H3-4. 간편결제 이용기간에 따라 반응성은 지속적 사용의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H3-5. 간편결제 이용기간에 따라 인지된 용이성은 지속적 사용의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H3-6. 간편결제 이용기간에 따라 인지된 위험성은 지속적 사용의도에 부(-)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H3-7. 간편결제 이용기간에 따라 인지된 유용성은 지속적 사용의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H3-8. 간편결제 이용기간에 따라 인지된 적합성은 지속적 사용의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 3.3 변수의 측정항목

본 연구에서 간편결제 사용요인에 대한 외부요인(보안성, 편리성, 경제성, 반응성)과 내부요인(인지된 용이성, 인지된 위험성, 인지된 유용성, 인지된 적합성)에 대한 실제적인 사용행위를 예측하고자 한다. 측정항목은 선행연구에 제시된 요인들을 연구의 목적에 맞게 수정하여 <표 4>와 같이 문항들로 구성하고 Likert 5점 척도로 측정하였다.

또한 본 연구에서는 지속적 사용의도에 대해 “간편결제 서비스를 향후 지속적으로 이용하고자 하는 사용자의 의지 정도”로 정의하였고, 간편결제 서비스의 지속적 사용의도를 측정하여 실제적인 이용행위를 예측하고자 한다. 측정항목은 선행연구에 제시된 측정항목을 연구의 목적에 맞게 수정하여 <표 5>와 같이 4개의 변수로 구성하고 Likert 5점 척도로 측정하였다.

<표 5> 지속적 사용의도에 대한 측정항목

요인	측정항목	인용문헌
지속적 사용의도	간편결제 서비스를 중단하지 않고 지속적으로 사용할 의향이 있다.	Lin et al.(2005) Davis(1989) 김용영(2007) 진동욱(2008)

## IV. 연구분석 및 결과

### 4.1 표본의 특성

본 조사는 2017년 1월 20일부터 2월 20일까지 최근 1개월 내에 간편결제 서비스를 사용하여 결제를 한 경험이 있고, 한국에서 최소한 6개월 이상 거주하고 있는 중국인을 대상으로 실시하였다. 설문지는 온-오프라인 자료 수집 방식을 통해 총 286부를 회수하였으며 결측값이 있는 자료를 제외하고 202부를 분석에 사용하였다. 본 연구의 설문조사에 응답한 표본의 전체 응답자 202명의 인구통계학적 특성과 이용형태를 살펴보기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였으며 그 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6> 표본의 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
성별	남	66	32.7
	여	136	67.3
연령	20~25세	160	79.2
	26~30세	40	19.8
	31~35세	2	1
이용 기간	1년 이하	16	7.9
	1-2년 미만	28	13.9
	2-3년 미만	44	21.8
	3-4년 미만	28	13.9
	4년 이상	86	42.6

<표 7> 신뢰도 및 타당성 분석

	성분								신뢰도 계수
	1	2	3	4	5	6	7	8	
인2	0.850								0.707
지3	0.811								
용1	0.800								
이4	0.771								
인4		0.890							0.852
지1		0.860							
위3		0.854							
협2		0.820							
반4			0.829						0.723
용3			0.722						
성2			0.674						
1			0.672						
편3				0.756					0.708
리2				0.703					
성1				0.687					
4				0.652					
인1					0.942				0.751
적2					0.933				
보1						0.876			0.742
안2						0.859			
인2							0.781		0.728
유1							0.768		
경1								0.744	0.698
제2								0.634	
고유치	8.040	3.112	2.094	1.752	1.546	1.327	1.205	1.088	
분산	36.099	14.191	9.549	7.993	7.049	6.051	5.495	4.961	
누적 분산	36.099	50.290	59.839	67.832	74.881	80.932	86.427	91.388	

## 4.2 신뢰도 및 타당성 분석

본 연구에서는 가설 검증 전에 연구모형에 포함된 구성개념들의 신뢰성 및 타당성을 측정하기 위하여 신뢰도 분석과 요인분석을 실시하였다. 본 연구에서는 Cronbach's  $\alpha$  값을 이용하여 신뢰도를 분석하였다. 일반적으로 Cronbach's  $\alpha$  값이 0.6 이상이면 신뢰도가 유효하다고 볼 수 있으며, 전체문항들을 하나의 척도로 종합하여 분석할 수 있다.

본 연구의 신뢰성을 측정된 결과는 <표 7>와 같다.

타당성 검증은 각 변수들의 구성타당도를 의미하는데, 이는 요인분석(factor analysis)으로 검증하였다. 본 연구에서 사용되는 요인분석의 기법으로 주성분분석(principal components analysis) 방식을 이용하였으며, 요인의 회전(factor rotation)은 직각회전방식의 하나인 베리맥스(Varimax) 회전방식을 이용하였다. 집중타당도를 검증하기 위한 방법으로 표준요인 적재량(Factor Loadings>0.5)을 검증하였다. 각 항목들의 해당 요인 적재치가 0.634 에서 0.942의 범위를 가지는 등 대체적으로 높게 나타나 구성개념들의 타당도는 양호한 수준으로 판단된다.

## 4.3 연구가설의 검증

### 1) 간편결제 서비스의 외부요인과 지속적 사용의도의 관계

간편결제 서비스의 외부요인 중 어떤 변수가 지속적 사용의도에 영향을 미치는지에 대한 결과는 <표 8>과 같다. 간편결제 서비스의 외부

요인의 반응성( $t=2.051$ ,  $p=0.043$ ), 편리성( $t=5.213$ ,  $p=0.000$ )이 지속적 사용의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 간편결제 서비스의 외부요인 중 편리성이 높을수록 지속적 사용의도가 높아진다는 것을 의미한다. 즉, 이용이 편리하고 서비스가 끊임없이 편리하게 제공되는 외부요인이 간편결제 서비스를 사용하기 위해 얼마나 중요한지를 알 수 있다.

그러므로 본 연구에서 간편결제 서비스의 외부요인들이 중국인 사용자들의 지속적인 사용의도에 미치는 영향을 실증적으로 규명하는 것은 한국과 중국 간의 실물교류가 확대되는 상황에서 향후 양국을 연결하는 온-오프라인 간편결제 서비스로서 중요한 의미를 갖는다고 하겠다. 간편결제 서비스를 제공하는 한국에서 금융거래를 하는 중국소비자에게 서비스의 편리성과 반응성은 매우 중요한 사용요인임을 확인할 수 있었다.

### 2) 간편결제 서비스의 내부요인과 지속적 사용의도의 관계

간편결제 서비스의 내부요인 중 어떤 변수가 지속적 사용의도에 영향을 미치는지에 대한 결과는 <표 8>과 같다. 간편결제 서비스의 내부요인의 인지된 유용성( $t=2.050$ ,  $p=0.043$ )이 지속적 사용의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 간편결제 서비스 이용에 대하여 사용자가 쉽고 편리하다고 느낄수록 사용자가 해당 서비스가 유용하고 효율적인 결제수단으로 인식되며, 이러한 인지된 유용성은 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보인다.

<표 8> 내외부요인은 지속적 사용의도에 대한 분석결과

	표준화 계수	t	유의확률
	베타		
상수		-0.147	0.053
인지된 용이성	0.097	0.928	0.356
인지된 위험성	-0.061	-0.968	0.336
반응성	0.173	2.051	0.043**
편리성	0.522	5.213	0.000***
인지된 적합성	-0.061	-0.838	0.404
인지된 유용성	-0.177	2.050	0.043**
경제성	-0.029	-0.315	0.753
보안성	0.007	0.099	0.921

주: \*\*\*p<0.01, \*\*p<0.05, \*p<0.1

또한 소비자가 간편결제 서비스를 이용하는 것이 자신의 필요와 라이프 스타일에 부합한다고 믿는 인지된 적합성도 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보인다.

### 3) 이용기간에 따른 간편결제 서비스의 내부 요인과 지속적 사용의도의 관계

가설 H3는 내외부요인과 지속적 사용의도의 관계에 있어서 간편결제 이용기간의 조절효과를 검증하는 것이다. 이와 같은 조절변수의 조절효과를 파악하는데 사용되는 방법은 서로 다른 두 집단의 상관계수, 즉 독립변수와 종속변수 간의 관계의 정도를 비교하는 하위집단 상관관계분석(sub-group correlation analysis)과 계층적 회귀분석(hierarchical regression analysis)으로 나눌 수 있다.

이와 같은 계층적 회귀분석의 3단계에서 독립변수와 조절변수 간의 상호 작용항을 투입하였을 때 R<sup>2</sup>가 유의하게 변화한다면 해당되는 독립변수와 조절변수 간에 상호 작용을 한다고 볼 수 있으며, 이 때 조절변수의 조절효과가 있

다고 볼 수 있다. 본 연구에서는 내외부요인과 지속적사용의도의 관계에서 이용기간의 조절효과를 검증하기 위해 계층적 회귀분석을 사용하였으며 분석결과는 <표 9>, <표 10>과 같다.

위의 계층적 회귀분석 결과를 보면, 전체적으로 지속적 사용의도의 41.1%를 설명하고 있으며, 유의확률이 0.000으로 나타났다. 상호작용항을 투입하기 전(회귀2) 유의수준 0.000에서 편리성, 반응성 그리고 인지된 유용성이 지속적사용의도에 통계적으로 유의하였으며 단계2 유의수준 0.001에서 이용기간이 지속적 사용의도에 통계적으로 유의하였다. 상호 작용항을 투입하였을 때(회귀3), 편리성만 통계적으로 유의하였다. 그리고 회귀식 2에서 회귀식 3으로 진행과정에서 R<sup>2</sup>의 증감(0.255)이 발생하여 상호 작용항이 통계적으로 유의하다면 조절효과가 있는 것으로 판단하였다. 하지만 반응성, 인지된 유용성과 지속적 사용의도의 관계에서 이용기간은 조절효과가 없는 것으로 나타났다. 이에 가설 H3-2는 지지되었으며, 가설 H3-1, H3-3, H3-4, H3-5, H3-6, H3-7, H3-8은 기각되었다.

<표 9> 내외부요인과 이용기간은 지속적 사용의도에 대한 분석결과

변수		종속변수: 지속적 사용의도		
		표준화 계수	t	유의확률
		베타		
독립 변수	반응성	0.173	2.051	0.043 **
	편리성	0.522	5.213	0.000 ***
	인지된 유용성	0.177	2.050	0.043 **
	인지된 용이성	0.097	0.928	0.356
	인지된 위험성	-0.061	-0.968	0.336
	인지된 적합성	-0.061	-0.838	0.404
	경제성	-0.029	-0.315	0.753
	보안성	0.007	0.099	0.921
조절	이용기간	0.336	3.547	0.001 ***
R <sup>2</sup>		0.666		
Adjusted R <sup>2</sup>		0.637		
F		22.924		
유의확률		0.000***		

<표 10> 내외부요인과 지속적 사용의도의 관계에서 이용기간의 조절효과 분석결과

변수		종속변수: 지속적 사용의도		
		표준화 계수	t	유의확률
		베타		
상호작용항	보안성*이용기간	-0.369	-1.715	0.112
	반응성*이용기간	-0.095	-0.349	0.728
	경제성*이용기간	0.106	0.433	0.666
	편리성*이용기간	1.191	3.307	0.001 **
	인지된 용이성* 이용기간	-0.141	-0.407	0.685
	인지된 위험성* 이용기간	-0.329	-3.060	0.105
	인지된 유용성* 이용기간	0.198	0.708	0.481
	인지된 적합성* 이용기간	-0.194	-1.163	0.248
R <sup>2</sup>		0.411		
Adjusted R <sup>2</sup>		0.360		
F		8.027		
유의확률		0.000***		

#### 4.4 연구가설 검증결과 요약

본 연구에서 제시하고자 하는 연구 가설을

검증하기 위해 SPSS 21.0 통계 프로그램을 사용하여 다중회귀분석을 실시하였다. 회귀분석을 통해서 각 가설의 채택 및 기각 여부를 확인

<표 11> 연구가설 검증결과 요약

연구가설			채택여부
H1	H1-1	보안성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
	H1-2	편리성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	H1-3	경제성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
	H1-4	반응성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H2	H2-1	인지된 용이성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
	H2-2	인지된 위험성은 지속적 사용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	기각
	H2-3	인지된 유용성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	H2-4	인지된 적합성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H3	H3-1	간편결제 이용기간에 따라 보안성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
	H3-2	간편결제 이용기간에 따라 편리성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	H3-3	간편결제 이용기간에 따라 경제성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
	H3-4	간편결제 이용기간에 따라 반응성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
	H3-5	간편결제 이용기간에 따라 인지된 용이성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
	H3-6	간편결제 이용기간에 따라 인지된 위험성은 지속적 사용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	기각
	H3-7	간편결제 이용기간에 따라 인지된 유용성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
	H3-8	간편결제 이용기간에 따라 인지된 적합성은 지속적 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각

한 결과, 간편결제 서비스 특성을 구성하는 요인 가운데 외부요인의 편리성은 지속적 사용의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 가설검증 결과를 정리하면 <표 11>과 같다.

## V. 연구 결과

### 5.1 연구결과의 요약 및 시사점

본 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 간편결제 서비스를 이용하는 사용자의 특성을 살펴보면 성별은 여성, 연령은 20대로 편중되

었다. 또한 한류에 영향을 받아 한국을 방문하는 중국인 역시 20~30대 여성이 대다수이기 때문에 설문 응답자가 20대 여성에 집중된 것을 설명할 수 있다. 뿐만 아니라 응답자 대부분이 학생으로 월 평균총소득이 많지 않음에도 불구하고 간편결제 서비스의 월평균 이용횟수 및 1회 이용금액(100~400원미만)이 적지 않음을 알 수 있다). 이러한 결과를 통해 20대 중국인 여성을 중심으로 나타나는 한류 열풍을 기반으로 중국 소비자의 한국 내 간편결제 방식으로서 알리페이(Alipay)와의 전략적 제휴를 확대하는 방안이 모색될 수 있다.

둘째, 본 연구에서 이용한 Davis(1989)의 기

1) 2016년 GDP: 중국월평균소득 74만원(618元), 한국월평균소득237만원(14857元)(출처: world economy)

술수용모델과 Bhattacharjee(2001)의 IS 지속이용모델은 간편결제 서비스의 지속적 사용을 설명하는데 매우 유용한 모형임을 확인하였다. 본 연구모형에서는 2가지의 선행연구 모델을 기반으로 다양한 외부요인 및 내부요인, 그리고 지속적 사용의도로 구성하였으며 변수들 간의 인과관계를 구체적으로 규명하여 보다 간단명료하게 결제서비스 사용자들의 수용과정을 설명하였다.

셋째, 간편결제 서비스의 외부요인 중 편리성과 반응성이 지속적 사용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 편리성과 반응성이 높을수록 사용자가 쉽고 편리하다고 느끼며 해당 서비스를 이용하는 것이 효율적이라고 인지하였다. 반면 경제성과 보안성은 지속적 사용의도에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 여기서 경제성은 간편결제 서비스의 저렴한 이용비용 및 할인서비스를 의미하고, 보안성은 외부위험으로부터의 간편결제 서비스의 안전함을 의미한다. 이를 통해 간편결제 서비스에 제공되는 단순한 금전적인 혜택이 해당 서비스를 지속적으로 이용하는 요인이 아님을 확인할 수 있다. 또한 대부분의 선행연구에서 지속사용의도에 중요한 요인으로 거론되었던 보안성(인지된 위험성)은 본 연구에서는 채택되지 못하였다. 이는 간편결제 서비스가 점차 확대 공급되면서 서비스 공급업체의 보안기능(생체인식기술, 이중보안장치, 보험제도 등)이 강화되어 본 요인에 대한 인식이 하락되었거나 또는 해당 표본의 특성이 반영된 것인지는 후속연구가 필요하다.

또한 내부요인인 지각된 유용성과 지각된 적합성이 간편결제 서비스의 지속적 사용에 유의

한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 간편결제 서비스 이용에 대하여 사용자가 쉽고 편리하다고 느낄수록 사용자가 해당 서비스가 유용하고 효율적인 결제수단으로 지각한다. 이러한 인지된 유용성과 더불어 소비자가 간편결제 서비스를 이용하는 것이 자신의 필요와 라이프 스타일에 부합한다고 믿는 인지된 적합성은 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 미쳤다.

오늘날 기술발전을 통해 한국에 거주하는 중국인의 한국상품 수요 증가와 간편결제 시장의 확대로 중국 소비자를 위한 편리한 결제환경 제공은 선택이 아닌 필수로 인식되고 있다. 그러므로 본 연구에서 간편결제 서비스의 내외부 요인들이 중국인 사용자들의 지속적인 사용의도에 미치는 영향을 실증적으로 규명하는 것은 한국과 중국 간의 실물교류가 확대되는 상황에서 향후 양국을 연결하는 온·오프라인 결제수단으로서 중요한 의미를 갖는다고 하겠다.

한국 내 거주하는 중국인의 간편결제 서비스에 대한 인식조사를 통해 외국인을 대상으로 한 한국기업에게 주는 시사점은 크다. 본 연구에서는 편리성과 반응성, 그리고 인지된 유용성과 적합성이 간편결제 서비스의 지속성에 영향을 주는 요인으로 채택되었다. 편리성과 반응성은 기존 선행연구에서 채택과 기각으로 양분되었다. 특히 편리성 요인은 본 연구에서 간편결제 서비스의 사용기간(3년 기준)에 따라 지속이용의도에 영향을 주고 있음을 밝혀내었다.

또한 인지된 유용성 요인의 경우, 이제 소비자는 현금, 신용카드와 같은 다른 결제수단보다 간편결제 서비스의 유용성이 높고 일상생활에서 없어서는 안 될 요소가 되고 있음을 확인하



였다. 그리고 인지된 적합성 요인은 간편결제 서비스가 나의 소비생활 스타일에 적합하다고 느끼며, 20대 소비층의 라이프스타일에서 중요한 요소임을 보여주고 있다.

## 5.2 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구 결과와 해석은 다음에 제시된 몇 가지 한계들로 인해 향후 연구의 방향을 제시하고 있다.

첫째, 표본조사에 있어 부산지역에 거주하는 중국인 사용자들로 한정함에 따라 본 연구에서 얻어진 결과들을 일반화 하는데 한계가 있다. 또한 본 연구의 응답자들이 학생 중심의 20대 여성으로 집중되어 있어 향후에는 다양한 계층의 소비자들로 확대하는 연구가 요구되며, 중국과 한국의 다수 지역으로부터 표본추출이 필요할 것이다.

둘째, 본 연구에서는 알리페이(Alipay) 간편결제 서비스 외부요인과 내부요인으로 요인을 도출하였다. 그러나 실제 간편결제 서비스 사용에 있어 본 연구에서 제시한 것 외에도 다양한 요인들이 있을 수 있으므로 본 연구의 결과만으로 총체적인 설명에는 한계가 있다.

셋째, 본 연구의 목적은 간편결제 서비스를 사용하는 중국인들의 지속적 사용의도를 알아보고 나아가 효율적인 활용에 대한 시사점을 제시하는 것이다. 그러나 같은 서비스라 하더라도 해당 국가 및 지역의 문화에 따라 사용의도에 다른 영향을 미칠 수 있다. 따라서 한국 내 간편결제 사용자와 중국 내 간편결제 사용자 간의 사용의도에 영향을 주는 요인 차이를 분석해 보는 것도 흥미로운 주제일 것이다. 향후

연구에서는 사용자 특성, 제품 특성, 문화적 특성에 대한 충분한 변수를 설정하여 판별타당성 분석과 구조방정식 모형분석을 통해 간편결제 서비스의 지속적 사용의도에 대한 더욱 유의미한 결과를 도출할 계획이다.

## 참고문헌

- 권둘희, “인터넷뱅킹과 모바일뱅킹의 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구,” 숙명여자대학교 산업대학원, 석사학위논문, 2008.
- 김동우, 김진영, “핀테크 세상을 열다,” 한빛미디어, 2016, pp.60.
- 김명아, “핀테크산업 육성을 위한 규제개선 방안 연구,” 한국법제연구원, 2015, pp.56.
- 김용영, “정보 시스템 수용 후 사용상황에서 사용자 평가에 관한 연구,” 서울대학교 대학원박사학위논문, 2007.
- 김은정, 김주현, 김종원, “핀테크 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” 정보시스템연구, 제26권 제1호, 2017, pp.75-91.
- 김정열, “국내 이동전화 서비스의 주요전망에 관한 연구,” 한남대학교 중소기업대학원 석사학위논문, 1997.
- 김종현, “성균관대학교 일반대학원, 2015.
- 김태현, “수입 자동차와 국내자동차 브랜드에 대한 소비자의 태도와 구매태도에 관한 실증적 연구 : 국내소비자와 미국소비자 구매태도 비교,” 전북대학교 경영대학원 석사학위논문, 2010.

- 남경두, 김종환, 이진우, “한국 무역업체의 알리바바 무역 e-Marketplace 활용동기 및 성과에 관한 실증연구,” 한국관세학회, 제13권 제3호, 2012, pp.5.
- 노미진, 권기정, “고속철도 서비스 품질과 만족에 관한 실증 연구,” 산업경제연구, 제18권 제4호, 2005.
- 노영, 이경근, “경영정보시스템,” 국립중앙도서관, 2005.
- 문형남, “국내 정보공유 웹사이트의 다양한 형태들에 대한 내용분석 -P2P, 웹하드, 스트리밍 방식을 중심으로,” 한국정보관리연구, 제18권 제2호, 2001, pp.31-56.
- 손수정, “기반 혁신거점으로 진화하는 ‘nyc’의 가능성,” 과학기술정책연구원, 학술논문, 2016.
- 양승호, 황윤성 and 박재기, “신기술 수용 사용의도에 관한 연구- 핀테크 결제서비스를 중심으로,” 대한경영학회, 2015.
- 양지윤, “애착 유형, 자존감, 자기침묵이 관계만족에 미치는 영향,” 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, 2006.
- 오재섭, “유비쿼터스 기반의 사회연결망관리 비즈니스 모델의 설계와 분석: u-비즈니스 카드와 u-구인 구직 사례를 중심으로,” 경희대학교 대학원 박사학위논문, 2012.
- 오현환, “과학기술정책 및 R&D 혁신 이슈 발굴 및 관련 네트워크 구축 연구,” 한국과학기술기획평가원, 2016, pp.27.
- 오혜영, “상대적 이점과 위험 지각이 모바일 간편결제 서비스 사용의도에 미치는 영향: 소비자 혁신성향의 조절효과를 중심으로,” 금융소비자연구, 제5권 제1호, 2015, pp.33-64.
- 왕정, “모바일뱅킹 서비스의 지속적 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구- 한국 이용자 대상으로,” 경희대학교 대학원 석사학위논문, 2015.
- 유일, 최혁라, “전자상거래에서 고객신뢰의 영향요인과 구매의도에 대한 신뢰의 매개역할,” 경영정보학연구, 제13권 제4호, 2003, pp.49-72.
- 이경전, 허미리, 전정호, “핀테크의 이해,” 정보시스템연구, 제25권 제2호, 2016, pp.173-189.
- 이수연, “모바일 간편 결제 서비스 이용의도에 관한 연구: 기술수용모델을 중심으로,” 한양대학교 대학원 석사학위논문, 2016.
- 이용규, “보안과 위험의 지각이 인터넷 뱅킹 재사용 의도에 미치는 영향,” 경영정보연구, 제17권 제1호, 2007, pp.77-93.
- 이형탁, “쇼핑 모멘텀 효과에 있어 초기 구매행위와 마음상태,” 서강대학교 경영전문대학원 석사학위논문, 2012.
- 임단화, “스마트폰뱅킹의 속성이 스마트폰뱅킹의 지속적 사용의도에 미치는 영향,” 연세대학교 대학원 경영학과 석사학위논문, 2014.
- 임형재, “스마트 카드 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 기술수용모델 중심으로,” 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2002.
- 전수용, 하규수, “전자결제시스템의 수용에 미치는 영향요인: 서비스품질·사회적 영향요인을 중심으로,” 한국산학기술학

- 회, 제11권 제9호, 2010.
- 정보통신정책연구원, “경제인문사회연구회 연구보고서, 2014.
- 정지희, “기계학습 기반 모바일 라이더 데이터의 분류,” 서울시립대학교 대학원 석사학위논문, 2015.
- 정진화, “빅데이터를 이용한 귀농수요 분석과 귀농인의 성공적 모델 연구,” 서울대학교 연구보고서, 2016, pp.13.
- 정현준, “산업 현황 분석과 대응방향 연구,” 정보통신정책연구원 연구보고서, 2015, pp.39.
- 주현동, “모바일 간편결제 서비스의 사용자 수용요인에 관한 연구,” 전북대학교 대학원 석사학위논문, 2016.
- 증천우, “한국과 중국의 핀테크 이용형태 분석 및 전망,” 동명대학교 대학원 석사학위논문, 2015, pp.38-40.
- 진동욱, “모바일 인터넷 서비스 수용의 영향요인에 관한 실증적 연구,” 광운대학교 대학원 박사학위논문, 2008, pp.89.
- 최수정, “활용을 통한 음악과 교수 학습방법 연구,” 영남대학교 교육대학원 석사학위논문, 2013.
- 최훈, 최은영, “스마트폰 시장 확대에 따른 모바일 동영상 편집 기법 연구,” 한국콘텐츠학회, 제10권 제5호, 2006.
- 하리다, “기반 차량 공유 서비스 규제에 대한 법적 연구,” 단국대학교 대학원 석사학위논문, 2015.
- 한준형, “스마트폰의 지속적 사용의도에 미치는 영향요인에 관한 실증 연구,” 동국대학교 대학원 석사학위논문, 2013.
- 홍장원, “내일의 핀테크 : 금융대혁명의 시대, 어떻게 살아남을 것인가” 매일경제신문사, 2015.
- IBK 투자증권, “은행과 인터넷 애널리 함께 본 핀테크,” 정보통신방송정책, 제26권 제17호, 2015, pp.24~31.
- IRS Global, 스마트 금융 시대를 선도하는 핀테크(FinTech) 관련 신사, 2015.
- Bhattacharjee, A., “Understanding Information Systems Continuance an Expectation-confirmation Model,” MIS Quarterly, Vol.25 No.3, 2001, pp.22.
- Davis, F.D., “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” MIS Quarterly, Vol.13 No.3, 1989, pp.319-339.
- Davis, F.D., R.P.Bagozzi, and P.R.Warshaw, “Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace,” Journal of Applied Social Psychology, Vol.22 No.4, 1992, pp.1111-1132.
- Davis, F.D., R.P.Bagozzi, and P.R.Warshaw, “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models,” Management Science, Vol.35 No.8, 1989, pp.982-1002.
- Durlacher Research, Mobile Commerce Report, 1999.
- Jacoby and Kaplan, ‘Components of perceived risk in product purchase: A cross-validation,’ Journal of applied psychology, Vol.59 No.3, 1972.

- Jarvenpaa(1999), 'Consumer Trust in an Internet Store: A Cross-Cultural Validation', JCMC, Vol.5 No.2.
- Junghwa Son, Kevin Dio, Ho Park and Changju Kim, "The roloe of consumer's emoyions of delight on book purchase decision process in an online setting," Global Marketing Conference, Vol.16 No.7, 2016.
- Kim et al., "A systematic relationship between intraseasonal variability and mean state bias in AGCM simulations," Journal of Climate, 2010, pp.5506-5520.
- Lee et al., "C. elegans piRNAs mediate the genome-wide surveillance of germline transcripts." Vol.150 No.1, 2012, pp.78-87.
- Lin et al., "Association of Hospital Ownership with Patient Transfers to Ourpatientent Care under a Prospective Payment System in Taiwan," Health Policy, Vol.69 No.1, 2005, pp.11-19.
- Liu and Arnett, "Exploring the factors associated with web site success in the context of electronic commerce," Information & Management, Vol.38 No.1, 2000, pp.22-33.
- Merikivi, J. and Mantymaki, M., "Explaining the Continuous Use of Social Virtual Worlds: An Applied Theory of Planned Behavior Approach," Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, Vol.42 No.5, 2009.
- Noh, T. H, 'Coordination Polymers Consisting of Unusual Motifs. Synthesis and Properties of Silver(I) and Copper(II) Complexes,' BULLETIN- KOREAN CHEMICAL SOCIETY, Vol.29 No.3, 2009.
- Ondrus J, Lyytinen K and Pigneur Y, 'Why Mobile Payments Fail? Towards a Dynamic and Multi-Perspective Explanation,' 2009 42nd Hawaii International Conference on System Sciences, Institute of Electrical and Electronics Engineers, 2009.
- Saunders, D. R., "The Moderator Variables as a Useful Tool in Prediction," Proceeding of the Invitational Conference on Testing Problems, Educational Testing Service, 1995, pp.56-72.
- Schierz et al., "Transient hepatic nodular lesions associated with patent ductus venosus in preterm infants," Am J Perinatol, 2010, pp.177-180.
- Scharf, G., "Finite Quantum Electrodynamics," The Causal Approach, 1995.
- Wu, Jen-Her and Shu-Ching Wang, "What Drives Mobile Commerce? An Empirical Evaluation of the Revised Technology Acceptance Model," Information& Management, Vol.42 No.1, 2005, pp.719-729.

**우 가 인 (Yu, Jia-Tong)**



중국하얼빈이공대학교 한국어학과 부산외국어대학교 경영석사를 취득하였다. 현재 동국대학교 경주캠퍼스 경영학 박사과정을 학습하고 있으며, 주요 관심분야는 경영정보, 마케팅, 생산관리등이다.

**조 재 형 (Cho, Jae-Hyung)**



현재 부산외국어대학교 경영학부 경영전공 부교수로 재직중이다. 동아대학교에서 경영정보 박사 학위를 취득하였다. IMO 연구위원을 지냈고, (사)한국청년창업연구회 이사, 한국글로벌마케터양성협회 상임이사로 활동 중이다. 주요 관심분야는 전자상거래, 에이전트 협상, 항만물류정보 시스템, 행동경제학 등이다. Applied Intelligence, Decision Support Systems 등에 다수의 논문을 게재하였다.

<Abstract>

## **The factors of continuous use for mobile payment service under the concept of Fintech**

Yu, Jia-Tong · Cho, Jae-Hyung

### **Purpose**

The purpose of this study is to analyze the factors for continuous use intention of the simple payment service based on FinTech for Chinese residents in Korea. The Technology Acceptance Model(TAM) and the continuous use model of information system were applied to the AliPay service, which is the most used by Chinese people.

### **Design/methodology/approach**

In this study, internal factors and external factors for the simple payment service were derived through previous studies and the effects of the users' perspectives on the intention of continuous use were analyzed. As a result, convenience, responsiveness, perceived usefulness, and suitability were supported as factors affecting ongoing intention to use simple payment service. Especially, convenience is a factor affecting the duration of the simple payment service and it is an important factor for the continuous use of the service.

### **Findings**

As the number of foreigners living or working in Korea is increasing, understanding the perception of the simple payment service and analyzing the factors for the continuous use can be meaningful as a basic research for the market advancement and growth of domestic FinTech companies is.

**Keyword:** Mobile Payment Service, TAM, Continuous Use Model, Fintech

\* 이 논문은 2017년 5월 8일 접수, 2017년 6월 21일 1차 심사, 2017년 8월 18일 게재 확정되었습니다.